

BEDRIJFSMODEL METRIEKEN



Gebruik van de tool
Voorbeeld
Kaarten

Bedrijfsmodel Metrieken

Bedrijfsmodel Metrieken helpen je om de prestaties van je bedrijf te meten. Hiermee kun je de metrieken selecteren die passen bij jouw bedrijf. De Bedrijfsmodel Metrieken laten je ook zien waar je je gegevens kunt vinden, zodat je de meting kunt uitvoeren. Het meten en monitoren van de prestaties helpt je om te begrijpen hoe je bedrijf ervoor staat en of je veranderingen moet doorvoeren.

Tips voor gebruik

De Bedrijfsmodel Metrieken kunnen individueel gebruikt worden of door een groep mensen. De kaarten stimuleren discussie over hoe je het beste de prestaties van je bedrijf kunt meten.

Download de Bedrijfsmodel Metrieken om te brainstormen over de metrieken die belangrijk zijn voor jouw bedrijf. Bekijk het voorbeeld voor SportsGym voor inspiratie en om te leren over de praktische toepassing van de kaarten.

Gebruik van de tool

Met metrieken kun je de prestaties, innovatie of groei van je bedrijf meten en monitoren. Maar om te weten of de prestaties goed zijn moet je weten wat je wilt bereiken en duidelijke doelstellingen hebben. Met deze doelstellingen kun je bepalen welke metrieken de groei kunnen meten.

Voor de bruikbaarheid is het belangrijk dat een metriek 'SMART' is, dus specifiek, meetbaar, haalbaar, realistisch en tijdsgebonden. De Bedrijfsmodel Metrieken kaartenset helpen je om 'SMART' metrieken voor je bedrijf te selecteren.

Verschillende soorten metrieken

De Bedrijfsmodel Metrieken bestaat uit 32 kaarten en is verdeeld in vier categorieën: kwaliteit van dienstverlening, klanttevredenheid, online potentieel, en financiële levensvatbaarheid.

Kwaliteit van dienstverlening

De metrieken richten zich op de kwaliteit van je producten en diensten, bijvoorbeeld naamsbekendheid of percentage van fouten.

Klanttevredenheid

De metrieken meten hoe tevreden de klanten zijn met jouw producten of diensten, zoals de Net Promotor Score waarmee je onderzoekt of klanten jouw product/dienst zouden aanraden aan anderen, of de hoeveelheid terugkerende klanten.

Online potentieel

Metrieken om te meten hoe je bedrijf online presteert, zoals aantal website bezoekers of hoeveelheid paginaweergaven.

Financiële levensvatbaarheid

De metrieken meten de financiële prestaties van je bedrijf, zoals de winstgevendheid of rendement op investering.

De Bedrijfsmodel Metrieken kaartset

Elke kaart in de Bedrijfsmodel Metrieken kaartset beschrijft een metriek en kan relevant zijn voor jouw bedrijf. Een kaart beschrijft wat er met de metriek wordt gemeten en gemonitord. Elke metriek heeft gegevens nodig om de meeting mee te doen. Gegevens kunnen gehaald worden uit:

- Vragenlijst: (simpele) vragen aan klanten om kwantitatieve klantdata te verzamelen;
- Interviews of focusgroepen: een dialoog met klanten om verdere inzichten in de voorkeuren en het gedrag van de klant te krijgen;
- Website of app analyses: analyseer hoe de interactie tussen je website of applicatie en de klant verloopt;
- Data van financiële systemen: analyses over de geldstromen, kosten en opbrengsten;
- Data van order management systemen: analyses over bestellingen en afhandeling;
- Data van productie systemen: analyses over de productie processen en producten;
- Data van klantenservice systemen: analyses over de klantzorg.

Bedrijfsmodel Metrieken spel

Een bestaand of nieuw bedrijf of idee wordt als startpunt genomen. Vraag aan een van de deelnemers om het geselecteerde bedrijf of idee te beschrijven of visualiseren. Elke speler krijgt een van de categorieën toegewezen en krijgt de bijbehorende kaarten. Elke speler krijgt vijf minuten om twee kaarten uit te zoeken waarmee de prestaties van het gekozen bedrijf het beste gemeten kunnen worden. De spelers leggen een voor een de kaarten op tafel en leggen kort uit wat de reden is om ze te kiezen. De metriek met de meeste positieve argumenten wordt verder uitgezocht.

Voorbeeld Uber

industrie	Transport
producten & diensten	Personen- en versvervoer
bedrijfs-grootte	900 werknemers
omzet	\$6,5 miljard (2016)
locatie	San Francisco



Uber verbindt met een mobiele app officiële taxichauffeurs maar ook privéchauffeurs met reizigers. Uber verdient geld door een deel van de ritprijs op te eisen.

Ubers Bedrijfsmodel metrieken

Uber wil graag weten hoe goed ze hun klanten bedienen. Hiervoor gaan ze bedrijfsmodel metrieken inzetten. Er zijn drie metrieken gekozen waarmee dit het beste gemeten kan worden.

Niet op voorraad.

Niet op voorraad zorgt voor een slecht klantervaring en moet voorkomen worden. Uber doet dit door bij te houden waar grote evenementen plaatsvinden en deze plekken met hogere rittarieven aantrekkelijk te maken voor chauffeurs. Op die manier worden zoveel mogelijk (potentiële) klanten bediend.

Net promotor score

Voor het vergroten van haar klantgroep is het voor Uber belangrijk dat klanten de dienst aanraden aan collega's, vrienden en familie. Uber meet dit door aan het eind van iedere rit te vragen hoe klanten die rit beoordelen.

Unieke bezoekers

In het geval van Uber is niet het aantal unieke bezoekers van belang, maar wel het aantal downloads van de app. Dit zegt namelijk iets over de populariteit van hun app, en de hoeveelheid mensen die geïnteresseerd zijn in de dienst.